Face au vieillissement de la population :

quelle offre les entreprises peuvent-elles proposer ?

Jean-Gilles Cahn

UNE OFFRE ENCORE INSATISFAISANTE

Insatisfaction :

- 2/3 pour publicité / matériel TIC

- 80 % pour articles de sport / emballages

Pourquoi pas, ou pas assez, d'offre adaptée :

- ignorance par jeunes professionnels

- risque perte marché jeune

- incertitude économique

UNE POPULATION HETEROGENE

Les seniors = une classe d'âge ?

Les seniors = un niveau d'autonomie/ dépendance ?

Degrés d'autonomie /dépendance AGGIR

GIR 6	autonomie dans les actes de la vie courante
GIR 5	légères pertes d'autonomie / besoin d'aides ponctuelles pour ménage et cuisine
GIR 4	premier niveau de dépendance / aides au transfert et activités corporelles
GIR 3	autonomie mentale mais faible autonomie corporelle: aide quotidienne plusieurs fois par jour
GIR 2	confinement au lit ou fauteuil ou fonctions mentales altérées/prise en charge de la plupart des actes
GIR 1	perte d'autonomie mentale, corporelle, locomotrice, fin de vie/ présence permanent d'intervenants

Nécessité d'adaptation à des besoins évolutifs

- Entretenir et stimuler
- Prévenir l'apparition de déficiences
- Compenser les déficiences

UN « DESIGN POUR LES SENIORS » ?

3 réponses possibles :

- Pure communication
- Adapter produits ou services existants
- Créer ex *nihilo* de nouveaux produits et services strictement dédiés aux séniors (« design pour les séniors »)

Comment ?

- Enquêtes (opinions, comportements)
- Tests par personnes âgées et co-conception
- Simulation du vieillissement

crédits photo : Seniosphère

LIMITES DU « DESIGN POUR LES SENIORS »

Côté utilisateurs :

- stigmatisation
- isolement

Côté entreprises :

- risque image
- cible limitée

LE « DESIGN POUR TOUS »

Les seniors, « révélateur d'un nouveau continent de la demande » (Rémi Barré - 2002)

Exemple emblématique : la télécommande

Crédits photo : Fotolia - StudioAraminta

DU « DESIGN POUR LES SENIORS » AU « DESIGN POUR TOUS » ?

Le siège auto pivotant

Médiathèque Renault – Crédits photo :
Banet, Olivier / Mundocom

LE « DESIGN POUR TOUS »

7 PRINCIPES

1	**usage équitable**	la conception est utile et vendable à des gens de capacités diverses
2	**flexibilité d'usage**	la conception convient à un large éventail de préférences individuelles et de capacités
3	**mode d'emploi intuitif**	l'usage est facile à comprendre quelles que soient l'expérience de l'usager, ses connaissances, ses capacités d'expression et de concentration
4	**information utile disponible**	l'information nécessaire à l'usage est communiquée à l'usager quelles que soient ses capacités sensorielles et les conditions ambiantes
5	**tolérance à l'erreur**	la conception minimise les risques et les conséquences négatives d'actions accidentelles ou involontaires
6	**pas d'exigence d'effort physique**	la conception permet un usage efficace, tout en étant confortable et peu fatigant
7	**dimensions permettant accès et usage**	taille et espace permettent l'accès, la manipulation et l'usage à l'usager quels que soient ses mensurations, sa position et son niveau de mobilité

Source : Université d'Etat de Caroline du Nord

DEUX APPROCHES COMPLEMENTAIRES

DESIGN POUR LES SENIORS	DESIGN POUR TOUS
possible dès maintenant	envisageable moyen terme
marchés de "niche"	marchés larges
nécessaire pour très grand âge, handicap et dépendance	adapté à "tous", dont seniors disposant encore d'une certaine autonomie

Face au vieillissement de la population :

quelle offre les entreprises peuvent-elles proposer ?

Jean-Gilles Cahn

MERCI